



Tra gli elementi dell'offerta turistica e della gestione della destinazione, che hanno ricevuto una valutazione più che soddisfacente, sia da parte del turista sia dagli operatori locali che hanno partecipato al sondaggio, la qualità dell'accoglienza e degli stessi alloggi, la qualità dei prodotti enogastronomici e dei servizi ristorativi del territorio, ma anche le informazioni ricevute o trovate sul web prima dell'arrivo; particolarmente positivo anche il giudizio per le attività che vengono organizzate nel territorio come il birdwatching e l'escursionismo e le attività sportive. Fondamentale per i turisti inoltre la ricchezza del patrimonio ambientale e naturalistico del Delta, e lo stesso riconoscimento ottenuto dal territorio quale area Parco Regionale - Riserva MAB Unesco unitamente alla possibilità praticare un turismo slow in sintonia con i ritmi della natura.

Emergono tuttavia anche situazioni valutate in maniera critica, come la mancanza o l'inadeguatezza dei servizi di trasporto e collegamenti, alcune scelte compiute nella gestione del verde pubblico e la mancanza in alcuni casi di percorsi pedonali e punti di sosta.

Su altri fattori le opinioni dei turisti e degli operatori si sono rivelati invece parzialmente contrastanti: tra questi, in termini di qualità dell'aria, i turisti sono soddisfatti delle misure di protezione ambientale nell'area del Delta del Po, mentre le imprese chiedono maggiore attenzione per l'ambiente, interventi più puntuali contro l'inquinamento e miglioramenti sull'igiene e la pulizia (gestione dei rifiuti, ecc).

Un ultimo elemento di rilievo: in termini di soddisfazione dell'industria turistica locale in relazione alla qualità delle attività di marketing e promozione della destinazione da parte delle autorità locali responsabili della gestione della destinazione, la richiesta degli attori commerciali è di avere più cooperazione tra il settore pubblico e privato in relazione alle attività promozionali da parte del governo locale.

Alcuni risultati che emergono dalle interviste identificano elementi sui quali DELTA 2000 ha già iniziato a lavorare: la creazione del brand I Love Po Delta per creare una immagine coordinata dell'offerta turistica locale, la realizzazione del portale [WWW.PODELTA.EU](http://WWW.PODELTA.EU) che promuove il Delta del Po in maniera unitaria e in sinergia con il Portale della Destinazione Romagna e altri interventi di comunicazione e promozione che si stanno realizzando vanno in questa direzione. Con il progetto TANGRAM possiamo ulteriormente identificare altre linee di azione da intraprendere per identificare coinvolgendo tutti i soggetti locali, pubblici e privati, quali ulteriori azioni identificare per uno sviluppo turistico sostenibile e condiviso.

Dopo questa prima attività di analisi, infatti, che è stata coordinata dall'Università di Vlore in Albania, ci sarà l'avvio del **Laboratorio Governance Locale, che sarà coordinata per tutto il partenariato da DELTA2000**. L'azione sarà finalizzata all'attivazione di processi partecipativi di governance con il coinvolgimento di soggetti pubblici e privati, esperti e rappresentanti dei cittadini e associazioni locali finalizzati alla definizione di Piani d'Azione Locali e Transnazionali.

Info progetto TANGRAM

[www.deltaduemila.net/chi-siamo/cte/cooperazione-2014-2020/tangram/](http://www.deltaduemila.net/chi-siamo/cte/cooperazione-2014-2020/tangram/)

Ufficio stampa : DELTA 2000, 0533-57693, [www.deltaduemila.net](http://www.deltaduemila.net), [info@deltaduemila.net](mailto:info@deltaduemila.net).



DELTA 2000 Soc. cons. a r.l.